

РЕЗЕРВИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ

В сучасних умовах високої конкуренції в оптовій торгівлі надзвичайно важливим виступає виявлення можливих резервів, які дозволять визначити конкретні шляхи розвитку підприємств.

До резервів діяльності підприємств відносять «невикористані, або такі, що відкривають можливості, зміни рівня будь-якого показника» [1, с. 136] або «втрачені (не використані) на даний момент можливості зростання обсягу випуску і продажів продукції, зниження її собівартості, збільшення суми прибутку і підвищення рівня рентабельності, зміцнення фінансового стану, а також поліпшення інших економічних показників діяльності організацій» [2]. Під резервом конкурентоспроможності розуміють результат аналізу всієї системи підприємства та діагностики його станів, який може бути реалізований в перспективі [3]. Резерви підвищення конкурентоспроможності підприємства розглядаються в якості невикористаних можливостей розвитку шляхом застосування ефективних економічних методів, при чому доречно «сукупність резервів конкурентоспроможності підприємства підрозділити на втрати, що обумовлені нераціональним використанням власного потенціалу і умов зовнішнього ринкового середовища і нові можливості передового розвитку техніки, технології, передового досвіду, способів господарювання, ринковими і неринковими умовами» [4, с. 249].

Особливість підприємств оптової торгівлі полягає в тому, що вони спеціалізуються на веденні оптового торгу і мають необхідні передумови для виконання повного комплексу закупівельно-збутових і складських технологічних операцій [5, с. 51].

Для виявлення резервів конкурентоспроможності підприємств саме оптової торгівлі важливим є розгляд їх класифікації, в основу якої покладено різні критерії, що дозволяють віднести виявлені види до конкретного таксономічного рівня.

Л.В. Гриневецькою (2010) запропоновано класифікацію резервів підвищення конкурентоспроможності підприємства за 5-ми основними групами [4, с. 250]: 1) використання ринкової ситуації, 2) використання організаційного потенціалу підприємства, 3) використання виробничо-технологічного потенціалу підприємства, 4) використання фінансово-економічного потенціалу, 5) використання кадрового потенціалу. Практично всі вони можуть бути використані для підприємств оптової торгівлі, але види резервів потребують корегування. На основі існуючої класифікації резервів підвищення конкурентоспроможності підприємств, проведено її вдосконалення для підприємств оптової торгівлі (табл. 1).

Таблиця 1

Класифікація резервів підвищення конкурентоспроможності підприємств оптової торгівлі

Група	Вид
1) використання ринкової ситуації	- резерви інвестицій, - резерви вірного обліку, - резерви використання законодавчої і нормативної бази, - резерви вибору цільового ринку і його сегменту
2) використання організаційного потенціалу підприємства	- резерви підвищення ефективності реклами - резерви використання нтп - резерви залучення можливих модифікацій - резерви знаходження і використання інновацій - резерви підвищення якості обслуговування - резерви контролю - резерви поліпшення роботи з постачальниками і споживачами
3) використання виробничо-технологічного потенціалу підприємства	- резерви використання основних фондів - резерви використання площ - резерви використання часу роботи - резерви використання обладнання - резерви інтенсифікації технологічних процесів - резерви поліпшення матеріально-технічної бази - резерви поліпшення навантажувально-розвантажувальних робіт і транспортних послуг - резерви вдосконалення логістики
4) використання фінансово-економічного потенціалу	- резерви фінансової стійкості - резерви використання власного капіталу - резерви залучення позикового капіталу - резерви використання цінних чинників підвищення конкурентоспроможності
5) використання кадрового потенціалу	- резерви зменшення втрат робочого часу - резерви підвищення кваліфікації кадрів - резерви підвищення творчої активності кадрів

Доречно доповнити існуючу класифікацію наступними ознаками резервів, що є актуальними для підприємств оптової торгівлі:

- за часом їх впливу: коротко-, середньо- і довгострокові;

- за об'єктом виникнення: внутрішні та зовнішні;
- за змістовністю: загальні, комплексні та особисті.
- за ознакою залежності діяльності: латентні та відкриті;
- за окремими економічними показниками: трудовими ресурсами, основними фондами, матеріалами;
- за терміном, протягом якого можуть бути використані: поточні і перспективні;
- за можливістю частоти використання: одноразові та багаторазові.
- за структурою: прості й складні.

Таким чином, однією з важливих класифікаційних ознак, на думку багатьох вчених виступає обов'язковість формування резерву. Така ознака дозволяє відмежувати обсяги та види резервів, що постають на власний розсуд підприємств й створюються відповідно до діючого законодавства. Інша справа, що обсяги резервування за нормативними вимогами можуть відрізнятися від тих, які дійсно формуються на практиці. Необхідність формування резервів та їх подальший аналіз визначає потребу в обґрунтуванні чіткої класифікації, яку використовують у процесі дослідження обраних підприємств, якими виступили підприємства оптової торгівлі.

Виявлено, що для підприємств оптової торгівлі доречним є вдосконалення існуючих класифікацій резервів. Тому на основі існуючих груп резервів запропоновано виділення конкретних видів і ознак резервів, що є актуальними для підприємств оптової торгівлі і які з практичної та теоретичної точки зору важливі для використання в економічному аналізі діяльності зазначених об'єктів.

Список літератури

1. Осипов В.І. Економіка підприємства: підручник. Одеса: Маяк, 2005. 724 с.
2. Резервы повышения эффективности деятельности предприятия
URL: <http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/rezervy-predpriyatiya.html> (дата звернення 25.10.2019)
3. Яксанова Н.Н., Яксанов Д.С. Резервы повышения конкурентоспособности предприятий пищевой промышленности. *ЭТАП: Экономическая теория, Анализ, Практика*. 2014. № 4. С.121-132.
4. Гриневецька Л.В. Резерви підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2010. Вип. 38. С. 248-252
5. Балджи М.Д., Допіра І.А., Однолько В.О. Економіка та організація торгівлі: навч. посіб. Київ: Кондор, 2017. 368 с.